



## 【杠子头】

“杠子头”是剪子巷开设的评谈说理栏目，互动方式有三种：注册微博齐鲁（http://tr.qwb.com.cn）“杠子头”织围脖；话题投稿：qlwbjzx@163.com；QQ群：107866225。

## @建议

① @赵鹏 目前，省内旅游景区实景演出运行比较好的应是泰山的封禅大典，已成为泰山旅游的招牌项目。省城三大名胜应以此为范本，借鉴其成功运行的经验，根据各自的特色，打造出属于自己的品牌项目。只停留在碧筒饮、禅茶、曲水流觞上还远远不够，应策划打造一批高端产品。

② @伟文 旧时济南“踩藕”（种藕）摘藕的场面，已成回忆。笔者认为：大明湖景区，完全可以复原这一场面。盛夏举办荷花节，秋季举办莲藕摘收节。摘收莲藕也可以与捕鱼活动同时进行，一处设在新区，一处设在旧区，两岸遥相呼应。

③ @琪琪 说到泉城的荷叶可以做碧筒饮，还可以做荷叶包子、荷叶肉，并且可以做成真空包装，这不就是济南的特产了吗？还有济南的甜沫、胡辣汤，在超市看到已经有相应的品牌和包装了，完全可以集中到旅游景点上来，形成泉城特产“团”，一并打包趁游客们玩碧筒饮、禅茶、曲水流觞等项目时卖给他们。嘿嘿……

④ @付黎明 建议千佛山定时举办全民登山运动，不要仅限九九重阳节会那几天。报名采取自愿方式，使人们在强身健体的同时还领略了秀美风光，本地市民与外地游客均可以参与。

⑤ @鞠灵运 曾去五龙潭品过所谓的碧筒饮，总觉得缺少了些韵味，没有了老济南的风味，缺乏了老济南泉水的地道和质朴。各大名胜竞相推出吸引游客的项目，提醒各大名胜切莫扭曲了文化，让泉水变了味，那样更得不偿失。

⑥ @钟倩 三大名胜挖掘各自特色无疑是为其他景区开了个好头，但是，这些特色要让市民先有所了解，拿碧筒饮来说，很少人能领会这种传统文化，它的来源、寓意等。因此，无论挖掘何种特色，传统文化的宣传需先走一步。只有市民熟知了，才能很好地参与互动。

⑦ @刘震 突出特色，增强游客参与互动的想法固然好，只是希望收费能够合理些，毕竟现在的门票价格不低，二次收费项目价格不宜过高。



## @话题来源

作为省城重点旅游景区，三大名胜一直缺乏各自独具特色的实景演出项目。8日，济南市园林局局长韩永军表示，作为文化打造的特色项目，大明湖、千佛山、趵突泉将分别推出碧筒饮、禅茶、曲水流觞等项目，增强游客的参与和互动。



趵突泉项目

## 曲水流觞



千佛山项目

## 禅茶

## @打油

① @巩强国 明湖佛山趵突泉，水美山美惹人怜。怎能成为空景观，大力开发是关键。推陈出新实景演，积极参与搞宣传。加强互动换新颜，旅游景区不再闲。

② @郭汉杰 大明湖畔碧筒饮，千佛山品禅茶香。曲水流觞寓意远，趵突泉畔古曲扬。“古为今用”令人爱，特色文化应宣扬。游客品赏古文化，仿佛又回旧时光。

③ @黄伟民 千年古城济南，旅游亟待发展。无论何种形式，都需注重内涵。增强互动参与，追求民俗民间。理念不应刻板，借鉴杭州云南。城湖泉山抱团，打造“5A”何难？

④ @王平昌 趵突泉水甲天下，大明湖畔赏荷花。城中之山显巍峨，千佛山上尽观瞻。三大名胜虽久远，突出特色是关键。全民参与群互动，魅力济南天下传。

# 不是随便喝喝茶，就叫“禅茶”了



## 不能只是名好听，不实用

@辛玉

用文化打造三大景区的特色项目这个创意是不错的。既然是特色项目，就必须求真务实，应该在突出泉城或三大景区特色上做文章，不能只是名字好听，却实用性。

比如，禅茶是个不错的名字，可是，是我们千佛山固有的吗？名字是很高雅，却是深奥的，一般市民难以明白。民族的才是世界的，一个道理，只有泉城独有的，才是地方特色，才能够引起游客的广泛兴趣。

另外，三大名胜高昂的门票价格让我们当地市民望而却步，市民能否慷慨地花费几十元钱去欣赏观看，也是一个值得深思的现实问题。而没有我们当地市

民广泛参与，这些实景演出是否真正有人气，真正具有轰动效应，产生广泛的影响，还是一个未知数。

不能回避的一个现实问题是，我们济南并不是一个旅游城市，在很大程度上只是游客的一个跳板或间歇站。从这点上说，好的创意，必须要有广泛的市民自觉积极地参加互动，并且产生共鸣，主动地宣传。而本地市民都缺少必要了解，推出的这些项目是否会增加人气，增强游客的参与互动热情更是一个未知数。其前景如何真的不敢下结论。何况还有三大景区并不便宜的门票这个明摆着的门槛挡道呢。



大明湖项目

## 碧筒饮

## @精论

① @青柳河岸 哈哈，好玩！增加互动环节这个好玩！对于一个景点来说，看看的印象没有走走的印象深，走走的印象没有参与游戏和尝尝给人留下的印象深。游客即使回到家，有文化和历史味道的游戏也一定会让他们回味无穷并且还想再来的。

② @巩娟 实景演出项目要讲究形式与内涵的结合。使游客在华丽的活动中看到生活中最为本真的东西，或者领悟到千百年文化的独特魅力。

③ @吕允山 “曲水流觞”雅则雅矣，可是游客的参与性就差了许多。建议结合填词、作对、赋诗，让游客自由打擂。至于“禅茶”，那就遵循“禅茶一味”的理念，在文化上多下工夫，不为挣钱，只是给游客一个启迪心灵。

④ @台应新 每天简单重复一个碧筒饮节目，难免有点儿枯燥。如果在表演场地周边，配以荷叶莲子粥、荷叶蒸包等特色小吃，让游客一边看或参与演出一边品尝美食，亲民性就会大增。否则，碧筒饮就会是“无人饮”，实景演出就会变成“空城计”。

⑤ @郑三运 适合大众的，才是长久的。三大名胜的碧筒饮、禅茶、曲水流觞项目，听起来很美；但恐怕只有少数人能参与。

⑥ @王婷 济南的城市品格中固然有其低调、不事张扬的一面，但一座发展的泉城，应该有其闪亮的名片吸引世人的瞩目。借助三大名胜精心打造独具特色的实景演出项目，吸引游客的参与，有助于促进泉城旅游业发展。



## 除了多吆喝，还得降门槛

@孙金英

大明湖、千佛山、趵突泉将分别推出碧筒饮、禅茶、曲水流觞等项目，这种打造泉城特色文化项目的出发点很好，但要真正提高普通市民和游客的参与度，不但要加强宣传，还要降低门槛，让市民和游客有更多的参与机会。

窃以为，首先应加大宣传力度，让更多的人了解这些文化项目。比如，在广场、火车站、汽车站等人流密集的地方设立宣传栏，发放宣传册，以图文并茂的形式宣传，让游客一到济南就能感受到泉城独特的泉水文化。相关部门也可以利用宣传片、在媒体刊登图片资料等形式，主动把这些特色文化项目推介出去，让它们伴随泉城“家家泉水，户户垂杨”

的城市形象深入人心，吸引更多外地游客来济旅游。

其次，应该降低这些文化项目的参与门槛，比如适当降低票价或让部分游客免费参与等，让更多人亲身体验和感受到传统文化的魅力。同时，借助活动的开展，注重提升本地市民的参与意识，让市民人人争当咱家乡名山圣水的宣传员。

总之，尽管济南的泉水天下闻名，但“酒香也怕巷子深”，要想让世人更好地目睹到泉水的清丽容颜，更好地体会到三大名胜的魅力，必须在宣传推介上多下工夫，积极打造泉城特色文化品牌。只有这样，才能让泉水文化深入人心，让泉城拥有更加闪亮的文化旅游品牌和城市名片。



## 别办外行事，免得闹笑话

杠上花

@庄秋燕

碧筒饮、禅茶、曲水流觞等项目与我国历史文化息息相关，具有很深的文化底蕴。因此，这一类的互动节目，旅游单位应该邀请有关学者和专家进行指导，做到有备而动。不要强不知以为知，办一些外行事，说一些外行话，闹了笑话就会不伦不类贻笑大方了。

比如禅茶，不是随便喝喝茶就叫“禅茶”了，主办单位必须要办出“禅味”来。关于禅道和茶道的功夫要做足，应该设置一些类似于广告牌的宣传窗口，或者电子屏幕一类的宣传工具，对游客进行知识性的灌输。例如宣传一些历代高僧种茶、饮茶的故事，如果与我们济南

泉边，品茶唱和，岂不快哉！

商家以追求利益最大化为目的，而旅游产业却不能目光短浅，将自身的发展定位在一个“钱”字上。所以，景区门票价位和其他相关项目的收费，都不应太贵，应综合考量收入与物价等因素，考虑到游客的经济与心理承受价格的能力。毕竟，从景区的长远发展来看，旅游若想形成良性循环，内涵与文化品位的提升，服务质量与意识的锻造，必不可少。景区只要做到“人无我有，人有我优”，努力办出自己的特色，相信盈利会最终水到渠成。否则，目光紧紧盯在“钱”上，就会事与愿违得不偿失。

## @个论

① @田华 宣传和发展泉水文化，打造三大名胜之特色，也没必要弄这些人造文化，想达到让游客口口相传的效果，还不如在各大景区内免费提供用泉水冲泡的大碗茶，不光是对各景区的游客免费供应，还可以在黑虎泉、泉城广场及泉城路上分别设置免费供应点，不论是谁都可以过去喝一碗大碗茶，就像温州的伏茶点，给过往的行人送去夏日里的丝丝清凉。这样一来，不仅让游客们领略了泉城的美景，还品尝了泉水的甘甜，更记住了泉城人的热情好客、淳朴厚道，让泉水大碗茶成为泉城济南的活名片，作为城市宣传的一大特色，还愁留不住游客的脚步？拉不回来的游客吗？

## ●本期杠子头

## 【庄秋燕】

通过对来稿数量、质量统计，庄秋燕获得了本期“杠子头”称号，获得杠子头津贴100元。其他见报作者根据稿件长短及质量将分别获得30元、20元肯德基餐券。